

晋江国际运动鞋服智造流行峰会举行

本报讯（记者 吴晓艳）昨日下午,“运动时尚化,时尚运动化”晋江国际运动鞋服智造流行峰会在晋江国际会展中心举行。来自纺织服装行业的专家学者、企业代表,以及高校学生共聚一堂,聚焦新技术、新观念、新范式在驱动产业变革中的关键作用,探讨运动时尚产业的未来趋势。

会上,POP趋势大运动板块主理人姜红人带来“高级运动趋势洞察”主题分享,为与会人员揭示全新运动趋势。她指出,运动和户外风格正朝着多元化和细分化转变,这不仅拓展了产品应用范畴,也为时尚品牌带来了更多创新空间。同时,运动和成衣在版型、材质和功能上的融合,将给供应链带来新的挑战 and 机遇。

随后,品牌战略和商品营销专家郭东以“生活方式洞察——运动服饰的全场景化”为主题,从消费趋势的角度深入解读运动时尚如何融入生活的方方面面。逸科技集团创始人、户外纺织无边界合作联盟发起人周娟带来“重构户外舒适之道”主题演讲,从创新科技材料方面入手,讲解户外运动的舒适理念。著名时尚艺术家、金顶设计师刘薇带来“向海而生——运动时尚引领海洋时尚新潮流”主题分享,讲述运动时尚如何与海洋文化相结合,开创时尚新潮流。OIB.China 品牌战略咨询总监余璐茜讲解了如何在新时代背景下,打造兼具时尚与功能的理想服饰品牌。

在圆桌论坛环节,POP 设界董事长陆平一、晋江市自然资源局机关党委副书记孙文欣、晋江鞋纺城董事长陈建辉、闽南理工学院教授郑高杰等嘉宾,围绕如何抓住趋势,让本土运动产业在时尚创新加持下实现企业转型、渠道创新、营销模式创新等问题展开深入探讨。

现场,还举行了鞋纺城数字化转型示范商户授牌仪式,对晋江市陈康中正皮革商行、晋江市恒得利鞋材贸易有限公司等 10 家在数字化转型中取得卓越成绩的商户进行表彰。此外,闽南理工学院与 POP 设界进行运动时尚鞋服产教融合战略合作签约。

本次活动由晋江市国际商会主办,福建晋江鞋纺城有限责任公司、晋江市制鞋鞋材“产业链党建”联盟协办,上海设界科技集团有限公司承办。

关注海丝泉州国潮文化节 国潮派对 嗨动全场



南音与流行乐融合演出。

本报讯（记者 杨静雯 张汉阳 秦越）昨晚,海丝泉州国潮文化节——“潮极尽兴,当然不让”国潮主题派对举行。派对汇集了不同风格的乐队、音乐人,热烈的音浪和绚烂的舞美席卷全场,现场欢呼声不断、掌声雷动。

传统南音《直入南音》《风打梨》《三千两金》遇上流行歌曲《稻香》《江南》《日不落》,中国音乐“活化石”——南音与流行乐接连碰撞,在两位泉州乐人的老调新唱、融合改编中,焕发出全新活力。

动感的节拍、酷炫的舞姿、火爆的氛围,平均年龄 8 岁的少儿街舞团将非遗拍胸舞与街舞结合呈现,掀起了全场高潮。“传统文化是国潮文化的重要组成部分,将传统民俗与现代舞蹈相结合,碰撞出全新的艺术火花,同时让孩子们进一步了解本土传统文化。”泉州阿蛋街舞负责人告诉记者,希望通过舞蹈节目《拍胸与街舞》,让更多人感受本土文化的无穷魅力。

“国粹就是潮!”派对中,主持人随机采访现场观众,不少“00 后”“95 后”道出了他们对于国潮的理解。“好看! 爱看! 多办!”“00 后”游客高媛在派对结束后仍意犹未尽。

据悉,首届海丝泉州国潮文化节将持续至 4 月 21 日。接下来,还将举办泉州各县(市、区)文旅推介、来城喜剧俱乐部国风主题脱口秀、“十二新街”文旅巡游会等精彩活动。感兴趣的市民朋友可前往晋江市第二体育中心,感受品牌之都国潮新风尚。

有喜事 就要“甜”一下

本报记者 李玲玲

“在晋江,有喜事都要‘甜’一下。”18 日,记者来到国潮文化节喜文化馆,身着闽南传统婚服的工作人员,正笑意盈盈地招呼参观者。

猪肉粕、风吹饼、橘红糖……独具闽南特色的风味小吃吸引了不少参观者驻足品尝。“来这里,不仅能感受到浓浓的国潮文化,还能品尝舌尖上的闽南古早味。”来自浙江的游客高兴地说。

什么是喜文化? 喜文化馆负责人介绍,在闽南,满月送红鸡蛋,过年吃红龟粿,年糕上盖红印章,闽南人出生、周岁、成人、婚娶、大寿仪式庄重而喜庆……喜文化馆将“喜”融入古早味,应用在婚庆用品上,传播于伴手礼间,让大家在人生各种喜事中,感受传统与潮流的碰撞。

“我们也将传统食品与中华喜文化融合,创新打造兼具国潮风尚的新产品,将这份独特的文化韵味传递给世人。”喜文化馆负责人说。

在喜文化馆一侧,来自泉州书法家协会的书法家们正挥毫泼墨。提笔、压纸、蘸墨、起笔、收笔,一起一落间,美好的祝福被写在扇子上、书签上,吸引众多群众围观“求字”。“写得真好,挂到客厅里很喜庆。”领到心仪祝福字帖的群众喜不自禁。

科技范 时尚潮 体育品牌“靚”相“朋友圈”

本报记者 柯国笠 董严军



鞋(体)博会展馆内人流如织。

可以

可以随时调整鞋底刚性的“人工骨骼”科技、仅有两个鸡蛋重的超轻碳板跑鞋、内搭“皮肤衣”技术的专业足球鞋、多巴胺色系“加莱”饰品的潮流外穿拖鞋……在昨日开幕的第二十五届中国(晋江)国际鞋业暨第八届国际体育产业博览会[以下简称“鞋(体)博会”]上,各大体育品牌以科技为硬核,用新潮设计抓眼球,“靚”相体育产业“朋友圈”。

科技主场

“这款鞋的造型真奇特!”在安踏展区,拿起安踏最新款 C10 Pro 马拉松前掌竞速跑鞋,不少客商发出感叹。

C10 Pro 马拉松前掌竞速跑鞋作为安踏品牌跑步系列的拳头产品,因其夸张的前掌设计,被运动员称为“前掌之王”。该款鞋结合运动动力学,用更低的鞋底落差使运动员全程保持最佳状态;同时,搭载安踏“氮科技”中底,为运动员带来更轻、更弹、更耐用的穿着体验,已经助力上百名马拉松运动员登上领奖台。

“别看它鞋底很厚,但实际重量比同类型性能专业跑鞋还要轻。”安踏展区负责人介绍,包括 C10 前掌马拉松竞速系列在内,安踏最新展出的马赫跑鞋、欧文一代篮球鞋等,也用上了“氮科技”。安踏通过技术升级、工艺提升,实现了原本用在高端

鞋产品鞋底技术的超临界发泡的“大众化”,真正让科技造福热爱运动的人群。

361°展馆集中展示了跑步线整体产品。以最新 CQT 碳临界科技为核心,361°带来了顶级竞速、专业竞速、场地训练、畅快开跑四大专业跑鞋矩阵,涵盖了飞燃、飚速等热门系列产品。

其中,一款重量仅 110 克的超轻碳板跑鞋是展会现场最轻的量产跑鞋。现场人员介绍,该跑鞋仅两个鸡蛋重,因其足够轻,同时兼顾跑步性能,刚刚推出市场就售罄,“今天,现场有不少跑步爱好者追问这款鞋有没有补单,都想要买一双。”

在卡尔美展位,最新的疾速 5.0 足球鞋融合了 NON-STICK 鞋底不粘泥技术、鞋垫单向止滑技术、动态飞线、纳米涂层科技、LTC 鞋面技术、KM SKN 皮肤衣技术等多款科技,满足球员在足球场地不同位置、不同强

度对足球鞋的需求。

不只有“氮科技”,CQT 碳临界科技,从碳板到中底材料、鞋面材料,甚至是鞋型,近年来,国产品牌在产品端的“装备竞赛”已经全线拉开,迎来了科技“奇点”。

从事鞋行业十多年,服务过多个体育品牌的设计工作室创业团队负责人廖航宇告诉记者,近几年,国产品牌科技频出,关键更加成熟的消费市场在驱动,“对新技术、新材料的追求,更多的是消费者运动认知的提升,同质化产品已经不受欢迎。同时,国产运动品牌已进入以科技创新驱动发展的阶段。”

颜值当道

不只是科技,对外观颜值的追求也让众多体育品牌转向更时尚、更潮流的设计风格,造就今年展会上品牌产品“五彩缤纷”的盛景。

在工业设计展区,设计师品牌恩力展出自主设计研发的可拆卸式运动拖鞋。该款产品采用清新蓝、柠檬黄、渐变色等多巴胺配色,鞋盒更是采用多种色彩涂鸦的箱式结构设计,让不少观众驻足停留、询问购买。

“消费者越来越‘吃’颜值,所以,我们在设计颜色、造型时采用当下流行色、流行搭配,让拖鞋不仅能够穿着运动,还能够穿搭。”ENDLESS TME 品牌相关负责人告诉记者,目前,该产品在得物、小红书、抖音上均有售卖,并成为爆款。

尽管是初次亮相展会,新品牌

“五角心”创始人朱奎银在开馆第一天就应接不暇。

“我们的设计风格非常时尚,也比较特别,很受年轻群体的欢迎。非常多人来了解品牌设计理念、售卖渠道,以及合作方式等。”朱奎银告诉记者,“五角心”已经被 70 多位明星上脚分享过,“我们也希望通过展会,让更多人了解我们的品牌,进一步向外拓展。”

在爱吉蜜,记者看到,原本结构简单的户外拖鞋产品,经过饰品搭配后变得时尚潮流起来。“水晶链、多颜色绑带设计、卡通橡胶造型件,我们都可以搭配。”该展区负责人许女士介绍,这些可以 DIY 搭配的拖鞋设计非常受市场欢迎,“现在,通过自己的平台,我们一天可以出 5 万双以上的货,预计旺季将翻倍。”

有别于传统足球鞋黑白灰蓝色调,卡尔美带来的疾速 5.0 足球鞋,不仅有电镀膜色的底,在整体色调上大胆采用紫色,让鞋款更加时尚,就连前来观展的外国客商也竖起了大拇指。

以潮流设计为主线,用多巴胺色追赶年轻消费者的审美趋势,体育品牌玩起了“颜值经济”。

概念频出

科技与颜值的背后,是运动品牌、企业的疯狂“内卷”,更是品牌自信、产品为王的必然趋势。

今年,新概念、新材料也成为品牌展示的核心部分。

在安踏展馆,“人工骨骼”科技让

不少人仿佛见到了新物种。这款概念科技是安踏对鞋中底结构的结构化设计,实现了不同场景下鞋底刚性的无缝调节,满足不同人群对不同鞋底舒适度的需求及同一个人在运动过程中足底感知度变化的需求,真正用结构的柔性调整满足“千人千脚”的实际穿着感受。

“它不仅涉及结构的研发,还涉及材料轻量化、耐久度及整体成鞋完成度的研发,是一个系统工程。”安踏运动科学实验室相关负责人介绍,“这是一款未量产的科技产品。我们首次将概念产品展示出来,也是向业内传递科技向新的积极信号。”

在 361°,全新的结构化中底搭配碳临界发泡材料,带来全新的跑鞋设计。“结构化中底是未来跑鞋的一个新方向。”361°相关负责人介绍。

“结构化中底更具有探索性和可能性,目前已经有一些品牌在尝试。”鞋供应商企业负责人丁先生告诉记者,物理结构中底重新被专业跑者聚焦,在专业竞技领域,国产品牌也将转向该方向。

不只是科技层面,对于爱吉蜜,更多的 DIY 需求、个性化需求造就更多的跨界可能。“无论是饰品,还是电子产品,在拖鞋上嫁接后,使得拖鞋已经脱离了本身。”许女士说。

而在廖航宇看来,新概念的产生来自多样化的需求,“新材料、新场景、新需求在推动新概念、新潮流、新物种产生。国内体育用品市场还有很多可能。”

新质生产力赋能产业提档升级 晋江国际鞋纺城蓄势而为

本报记者 王诗伟 秦越

昨日,第二十五届中国(晋江)国际鞋业暨第八届国际体育产业博览会[以下简称“鞋(体)博会”]在晋江国际会展中心盛大开幕。晋江国际鞋纺城聚焦新质生产力,乘势而上、顺势而为,开启分会场活动,赋能晋江鞋纺产业提档升级。

企业抱团参展 抢占市场先机

昨日上午,位于晋江国际会展中心 B 区展馆的鞋纺城展区人头攒动,采购商、专业观众络绎不绝。商户展出的鞋材新品琳琅满目,客商近距离了解产品、洽谈业务。

“这是一个展示新产品、新技术、促进新合作的重要平台。自 1999 年首届鞋博会举办以来,我们就从未缺席过。”晋江鹤鸣商贸有限公司董事长丁鹤鸣说,有了鞋(体)博会这个平台,鞋材企业可以推介新材料、新技术;鞋材商、采购商也能更好地互动交流,一起探讨、研究,把更好的产品提供给经销商。

作为陈埭鞋材商会会长,丁鹤鸣也积极参与组织商户抱团参展。“我们商会和鞋纺城公司携手预定了一批展位,同时组织会员企业报名参加。周到、细致的准备工作,让会员商户更省心。”丁鹤鸣说。

据了解,为了协助商户企业抱团参展,抢占市场先机,鞋纺城在鞋(体)博会主会场设置了专属展区,使用 197 个展位、参展面积 1773 平方

米,并联合陈埭鞋材商会组织了 42 家商户抱团参展。

鞋纺城展区设置了多项服务,包括翻译、采购指引、“直通车”搭乘等,为鞋纺城市场精准引流。

“鞋”力同行 智创未来 分会场活动精彩纷呈

昨日上午,晋江国际鞋纺城“‘鞋’力同行 智创未来”分会场系列活动同步启幕,六大活动亮点纷呈。

鞋纺城在市场主入口举办科技鞋材主题展览,设置鞋材新品展示区,邀请了多家具有科技前沿鞋纺材料市场商户,打造“科技风”展览,展示鞋纺城具有科技创新元素、引领行业前沿的成果。

为期四天的分会场活动期间,鞋纺城将携手商户开展专场感恩回馈活动,提供免费剪样、采购返点、礼品赠送、代金券赠送等系列优惠好礼,让采购商享受到“真金白银”的实惠,助推鞋纺城市场持续升温。

此次鞋(体)博会,鞋纺城还组织商户参与共建“一带一路”国家制鞋产业对接会,并专门邀请共建“一带一路”国家及商会代表走进鞋纺城分会场观展、交流,加强与国外同行业的联系与交流,充分搭建国际贸易对接平台。

作为鞋(体)博会历年配套活动之一,晋江国际鞋纺城“直通车”活动已举办五年,通过专车接送来自国内外的采购商往返鞋(体)博会主会场



和鞋纺城两地。今年,鞋纺城“直通车”活动继续举办。

此外,为让更多客商、采购商、专业观众走进鞋纺城,了解分会场活动,鞋(体)博会期间,鞋纺城还开启线上直播逛展活动,在鞋纺城官方抖音、视频号上,以鞋纺城直播视角,带大家“云逛展”。直播间还派发小礼品、小钻石、红包雨等多重好礼。

聚焦新质生产力 运动时尚创新中心项目揭牌

本届鞋(体)博会聚焦驱动未来产业变革的新技术、新观念、新范式。开幕式上,晋江运动时尚(全球)创新中心项目正式揭牌,POP 设界携手盛会“韵动”时尚,助推晋江

鞋材产业向新而进、向强聚力。

据了解,晋江运动时尚(全球)创新中心项目落地晋江国际鞋纺城商业中轴,将搭建一个高质量、深层次、可持续的创新平台,整合优势创新资源,汇聚设计孵化、品牌孵化、“产学研”合作、时尚趋势发布等产业服务,为晋江鞋纺产业转型升级赋能。同时,该项目以“产商城融合”为设计概念,将打造集体育运动、时尚零售、创意展秀、生态生活、产业集群于一体的策展型活力运动时尚社交体验中心,构建“运动时尚”生态圈,推动晋江成为运动鞋服产品设计创新的策源地、运动时尚品牌的聚集地、全球运动时尚引领的高地。

开幕式上,还举行了晋江国际鞋

纺城数字化服务平台“鞋纺通”启动仪式。

“鞋纺通”数字化服务平台将以科技和数字赋能,助力商户实现数字化转型。该平台以商户推广、买家采购的需求为出发点,线上与线下相结合,商户端实现产品链整体运转,支撑商户进行商品售卖和推广获客,功能包括产品管理、店铺管理、订单管理、客户管理等;买家端实现精准询盘,功能包括商品列表、商家收藏等。

当前,鞋纺城分会场活动正在火热进行中。鞋纺城将携手市场 1000 多家商户带来全品类的鞋材展,同时推动精准对接国内外专业客商、买家的盛会。国内体育用品市场还有很多可能。”